

# Świat wirtualny jako przestrzeń społeczna

## Wprowadzenie

Dzieci kochają media. Niemowlęta urzekają świetlne, kolorowe plamy na ekranie telewizora. Przedszkolaki na równi ze specjalnie przeznaczonymi dla nich programami fascynuje kolorowy, wesoły słoneczny świat reklam. W trakcie emisji bajki lub spotu reklamowego dzieci przestają być obecne w realnie otaczającym je świecie. Jeszcze głębsza i bardziej wielowymiarowa jest fascynacja mediami elektronicznymi, która ogarnia młodego człowieka w okresie wczesnej adolescencji. Interakcja z komputerem i telefonem komórkowym pochłania dziecięcą uwagę, czas i energię, budząc tym uzasadniony niepokój opiekunów i wychowawców. Podejmują oni różnego rodzaju *działania zaradcze*, które często przypominają raczej próbę zawrócenia biegu wartkiego strumienia o głębokich i zdradliwych wodach. Skuteczność tych działań może podnieść lepsze poznanie wód, po których tak gorliwie surfuje młode pokolenie. Poniższy tekst ma w zamyśle przybliżyć nieco ten cel przez charakterystykę cyberprzestrzeni i jej środowisk oraz przedstawienie aktywności dzieci w wirtualnym świecie. Skoncentrowano się tutaj na opisie zjawiska, nie podejmując się jego oceny, czy też wskazania strategii działań wychowawczych.

## Środowiska Internetu

Internet jest niezwykłym narzędziem, który umożliwia swoim użytkownikom podejmowanie zróżnicowanych działań i realizowanie różnorodnych potrzeb. Jego specyfika zdecydowanie wykracza poza bazę materialną, czyli sieci komunikacyjne, sygnały transmisyjne, linie telefoniczne, światłowody, połączenia satelitarne itp. Wykorzystując techniczne możliwości Internetu, jego użytkownicy podejmują różnego rodzaju działania indywidualne i zbiorowe. Tworzą w ten sposób specyficzną przestrzeń zwaną cyberprzestrzenią lub wirtualną rzeczywistością, sztuczną rzeczy-

wistością, sztucznym środowiskiem, światem *on-line* czy światem wirtualnym<sup>1</sup>. Należy podkreślić, że cyberprzestrzeń istniała, zanim pojawiły się komputery. „Pierwsi spenetrowali ją dawni pionierzy jak Morse, Edison, czy Marconi”<sup>2</sup>. Na bazie zastosowanych przez nich rozwiązań powstał świat, który istnieje jedynie w ludzkich umysłach, a wkroczyć do niego można za pomocą wyobraźni. Ta z kolei może być bardziej lub mniej intensywnie pobudzana, przez różnego rodzaju rozwiązania techniczne. Co szczególnie istotne, przestrzeń wirtualna ma charakter społeczny, ponieważ użytkując bazę materialną Internetu, jednostki oddziałują na siebie nawzajem, czyli podejmują działania społeczne, które to działania mają często realne skutki. Teoriom symbolicznego interakcjonizmu zawdzięczamy konstatację, że działania społeczne nie zawsze zachodzą w realnej przestrzeni, natomiast zawsze zyskują swoje znaczenie w odwołaniu do określonych wyobrażeń jednostek, będących podmiotem i przedmiotem tych działań. „Aby społeczeństwo istniało – twierdził Charles Cooley – konieczne jest, aby osoby gdzieś się razem spotkały. Otóż zbierają się one w umyśle jako wyobrażenia o osobach. Gdzieżby indziej?”<sup>3</sup>. Ta śmiała wizja Cooleya zyskała swoją pełną realizację w wirtualnych zbiorowościach nieistniejących wcale poza świadomością ich członków.

Rzeczywistość cyfrowa nie jest homogeniczna. Składa się na nią wiele środowisk, które zachodzą wzajemnie na siebie i często są wewnętrznie zróżnicowane. Patricia Wallace<sup>4</sup>, która posługuje się wprowadzonym tu określeniem *środowisko Internetu*, nie definiuje go jednak. Przyjmuję więc tutaj, że na środowisko takie składa się baza materialna w postaci pewnej sieciowej usługi, narzędzia czy technicznej możliwości, oraz sposób, w jaki ta baza jest wykorzystana przez jej użytkowników. Środowiska te również mają charakter przestrzeni społecznej, użytkownicy je internauci poszukują informacji i komunikują się między sobą, co jest podstawą budowania więzi między nimi i podejmowania wspólnych działań. Komunikacja przez Internet może mieć charakter synchroniczny lub asynchroniczny (czyli wymagać lub nie, jednocześnie obecności osób porozumiewających się ze sobą, przy ekranach swoich komputerów czy komórek). Poniżej dokonano krótkiego przeglądu środowisk sieci, rozpoczynając od środowisk, w obrębie których internauci kontaktują się ze sobą w sposób niesynchroniczny.

**Poczta elektroniczna** pozwala na wysłanie dokumentu zawierającego zdjęcia, animacje, linki. Dokumenty te mogą być opracowywane jedynie w wersji elektronicznej. Ta forma korespondencji zyskała sobie popularność dzięki oszczędności środ-

<sup>1</sup> Definicje tych pojęć oraz wzajemne relacje między nimi, zob. P. Sitarski, *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Kraków 2002, s. 9–42.

<sup>2</sup> F. Hamit, *Virtual Reality and the Exploration of Cyberspace*, Carmel, Indiana 1993, s. 5.

<sup>3</sup> Ch. H. Cooley, *Social Organization. A Study of the Larger Mind*, New York 1962, s. 61.

<sup>4</sup> P. Wallace, *Psychologia Internetu*, Poznań 2001, s. 11.

ków materialnych (zaczek, papier), a także czasu. Przesłanie listu, zdjęć, piosenki trwa tyle samo bez względu na to, jaką odległość plik ma pokonać.

**Grupy dyskusyjne** wykorzystują fakt, że list mailowy można wysłać do wielu odbiorców. Subskrybenci, czyli osoby zapisane do listy dyskusyjnej, wymieniają informacje i opinie na interesujący ich temat. Grupy takie mają często moderatora, czyli osobę, która próbuje uporządkować przychodzące wiadomości, może ona także kontrolować przestrzeganie pewnej ustalonej i zaakceptowanej przez subskrybentów etykiety. Zapisanie się na listę dyskusyjną jest stosunkowo proste: wystarczy wysłać e-mail z odpowiednią treścią na jej adres. Zdecydowanie trudniej odnaleźć odpowiednią grupę. Między innymi dlatego, że znaczna ich część to listy martwe, na które nikt nie zagląda.

Inne asynchroniczne formy sieciowej komunikacji to: **Fora dyskusyjne**, podobne do grup, niewymagające jednak subskrypcji. Często tworzą się one przy stronach www, gdzie użytkownicy komentują zawarte w nich treści. **Blogi** stosunkowo niedawno spopularyzowane w polskim Internecie są prywatnymi stronami o charakterze pamiętnika literackiego, prowadzonymi przez autorów (jednego lub kilku), zajmujących się interesującymi ich tematami. Blog wygląda jak lista czy ciąg notek o zróżnicowanej treści. Może mieć formę pamiętnika, zbioru refleksji, wiadomości, galerii zdjęć czy zbioru linków. Pisanie bloga może przybierać także formę działalności artystycznej, np. tworzenia przez wielu użytkowników Sieci powieści, której wszyscy są współautorami. Coraz popularniejsze stają się różne wersje vblogingu, czyli autorskiego serwisu wzbogaconego o nagrania dźwięku i obrazu, czasem nadawanego na żywo z odpowiednio wyposażonej komórki<sup>5</sup>. Typowo pomocową formą sieciowej komunikacji asynchronicznej są serwisy **FAQ** (*Frequently Asked Questions*) będące zbiorem najczęściej zadawanych pytań i odpowiedzi na nie. Znajdują się one przy wortalach, portalach oraz na stronach grup dyskusyjnych. Odpowiedzi są najczęściej krótkimi wskazówkami umożliwiającymi samodzielne rozwiązanie danego problemu. Gdy jest to konieczne, zamieszczane są adresy źródeł, w których czytelnik może znaleźć dokładniejsze informacje. FAQ są współtworzone przez użytkowników danego sieciowego środowiska, przez pytających i przez odpowiadających na pytania.

Dla powyższych środowisk sieciowych charakterystyczna jest jak już powiedziano asynchroniczność, która niejako uwalnia jednostki, podtrzymujące relacje, od konieczności jednoczesnej obecności w Sieci. „Można się włączyć do dyskusji i wyrazić swoją opinię w dowolnym czasie, za dnia lub w nocy”<sup>6</sup>. Proces komunikacji

<sup>5</sup> Inne rodzaje blogów to: audioblog: blog mówiony, fotoblog: blog ze zdjęciami, wideoblog: blog filmowy, blook: książka, która powstaje na blogu.

<sup>6</sup> P. Wallace, *op. cit.*, s. 12.

może być więc dostosowany do własnego planu dnia. Wypowiedzi można starannie przygotować i przemyśleć, choć przekazy elektroniczne są zwykle bardziej nieformalne i niedbałe niż np. tradycyjne listy<sup>7</sup>. Istnieje także możliwość skorzystania z archiwum i przeglądnięcia plików i wpisów z przeszłości.

Internetowe środowiska oparte na komunikacji synchronicznej wymagają natomiast jednoczesnej obecności, przy klawiaturach swoich komputerów, użytkowników komunikujących się ze sobą. Najpopularniejsze formy usług synchronicznych to pogaduszki za pośrednictwem sieciowych komunikatorów lub na kanałach IRC *Internet Relay Chat* (czaty) oraz programy MUD *Multi-user Dungeons* czy *Multi-user Domains*.

**Komunikatory sieciowe**<sup>8</sup> – stosunkowo nowa, lecz bardzo szybko rozwijająca się usługa synchroniczna – to programy ICQ<sup>9</sup>, które umożliwiają czatowanie, a także automatyczne przekazywanie między zainteresowanymi osobami informacji o tym, która z nich jest w danym momencie połączona z Internetem. Użytkownicy komunikatorów posiadają specjalny numer identyfikacyjny UIN (*User Unique Identification Number*), który często dodają do swych elektronicznych podpisów. W chwili obecnej jest to jedna z najpopularniejszych usług internetowych. Łatwo i tanio można posługiwać się nią w kontaktach ze znajomymi, a komunikacja ta jest zbliżona do *prawdziwej rozmowy*. Czaty umożliwiają korzystającym z nich osobom logowanie się do Sieci i *wchodzenie* do wirtualnych pokoi, gdzie spotykają się z innymi użytkownikami. Wysyłają krótkie wypowiedzi, czytając jednocześnie wypowiedzi innych czaterów. Metoda ta wymaga zaawansowanej umiejętności posługiwania się klawiaturą i refleksu. Jest to jeden z powodów, dla którego czaty zdominowane są przez nastolatków i poruszane są na nich głównie interesujące ich tematy, a komunikaty sformułowane są w szczególnym młodzieżowo-czaterskim slangu. Osoba postronna, obserwując przesuwające się komunikaty zazwyczaj nie ma pojęcia, kto z kim rozmawia i jaki jest temat tej dyskusji<sup>10</sup>. Natomiast z oferty MUD-ów<sup>11</sup> korzystają tzw. gracze, logując się do gry wchodzą oni w wirtualny świat, który dzięki możliwościom technologicznym coraz lepiej imituje świat rzeczywisty. Jest on współtworzony przez graczy, podobnie jak postaci, które ich reprezentują. MUD-y mogą mieć charakter społeczny, wtedy ich uczestnicy koncentrują się na dyskusji.

<sup>7</sup> C. Stoll, *Krzemowe remedium. Garść rozważań na temat infostrady*, Poznań 2000.

<sup>8</sup> Np.: Gadu-Gadu, Tlen, Messenger, Skype i wiele innych.

<sup>9</sup> Skrót ten jest grą słów, pochodzącą od wyrażenia *I Seek You*, dosłownie *szukam cię*.

<sup>10</sup> Tysiące pokojów rozmów znajduje się w sieci America OnLine oraz IRC. Bogata oferta tematyczna czatów w języku polskim znajduje się przy wortalach, portalach i stronach www.

<sup>11</sup> Skrót ten pochodzi od nazwy gry komputerowej *Multi-user Dungeons*, która była protoplastą tej formy sieciowej aktywności, lub *Multi-user Domains*, tzn. obszar dla wielu użytkowników.

Natomiast w grach typowo przygodowych użytkownicy walczą, tworzą koalicje, rozwiązują zagadki itd. Obecnie osoby kontaktujące się synchronicznie za pośrednictwem Sieci (czat, MUD, komunikator) mogą rozmawiać ze sobą i widzieć się nawzajem, jeśli posiadają specjalny mikrofon i kamerę.

Internauci poszukujący informacji w Sieci przeglądają **strony www**, które są przykładem środowisk złożonych, ponieważ prócz tekstów, ilustracji i animacji umożliwiają uczestnictwo we wcześniej omówionych środowiskach sieci. Strony te zawierają *linki* służące do szybkiego przenoszenia się do kolejnych stron. Mogą być one połączone tematycznie i występować pod jednym adresem. Noszą wtedy nazwę serwisu www, czy też witryny. Serwisy te mogą być tematyczne (wortale tematyczne), zawierają wówczas informacje dotyczące określonej dziedziny. Użytkownicy stron www mogą również komunikować się ze sobą. Istnieją nawet wortale skoncentrowane na funkcji inicjowania i podtrzymywania interakcji. Do najpopularniejszych z nich należą **serwisy społecznościowe**, w tym **serwisy randkowe**. Serwisy pierwszego typu to np. Friendster, Linked In, RyzeCom czy popularny wśród polskich nastolatków Epuls.pl, który ma ponad dwa i pół miliona zarejestrowanych użytkowników. Użytkownicy serwisów społecznościowych tworzą własne profile, czyli prezentują siebie, przy użyciu dostępnych w sieci środków. Autorzy profili poszukują kontaktów z innymi użytkownikami sieci (którzy mogą być osobami poznanymi wcześniej IRL<sup>12</sup>) podtrzymują te kontakty, które już istnieją, oraz odbudowują te, które uległy zerwaniu. Budują w ten sposób własne sieci kontaktów. Jako że część internautów będących *węzłami* sieci ma również swoje sieci kontaktów – dzięki serwisom społecznościowym powstają tzw. sieci sieci. Aktywność społeczną użytkownika serwisu określa się jako zarządzanie kontaktami.

Serwisy społecznościowe mogą mieć charakter tematyczny np. serwisy o charakterze towarzyskim (Grono.net, Osobie.pl), służące do budowania własnej kariery (Profeto) lub do poszukiwania znajomych z przeszłości (Nasza-klasa). Serwisy te są niezwykle popularne wśród internautów. Przykładowo serwis Nasza-klasa działający od listopada 2006 roku ma już 11 milionów zarejestrowanych użytkowników a liczba ich wzrasta lawinowo. Natomiast cel nawiązywania znajomości poprzez serwisy randkowe może być rozrywkowy, towarzyski czy erotyczny. Serwisy takie działają przy wszystkich popularnych portalach. Z ich usług korzystają miliony użytkowników. Jeden z najpopularniejszych polskich serwisów randkowych Sympatia.pl zawiera 2 588 877 profili<sup>13</sup>.

Koreański OhMyNews i poświęcony zagadnieniom społeczeństwa informacyjnego Slashdot to przykłady obywatelskich serwisów informacyjnych. W Polsce ser-

<sup>12</sup> *in the real life* – w rzeczywistym świecie.

<sup>13</sup> [www.sympatia.pl](http://www.sympatia.pl), 27.03.2008.

wisem takim jest iThink. Działa on na zasadach *social publishing*, czyli umożliwia publikowanie własnych tekstów, nagrań i obrazów. Stworzony został dla osób, które pragną wyrazić swoje poglądy i opinie. Autorzy serwisu piszą o nim: „iThink pozwala użytkownikom budować więzi w oparciu o zainteresowania konkretną tematyką. W tym celu została wdrożona w iThink idea networkingu, która pozwoli rozwijać się pojedynczym autorom, jak i łączyć się w grupy w celu wspólnego publikowania materiałów”<sup>14</sup>. Innym typem portali są portale wymiany wiedzy, takie jak: Zadajpytanie.pl, Pytamy.pl czy Odpowiedzi.pl. Ich celem jest wolna wymiana wiedzy i ułatwienie poszukiwania potrzebnych informacji pomiędzy internautami w innym systemie niż poprzez przeglądarki i fora internetowe.

Złożone środowiska Internetu powstają przy popularnych sieciowych narzędziach, takich jak przeglądarki czy serwisy wymiany plików. Obecnie istnieje w cyberprzestrzeni kilka środowisk tego typu, które przyciągają aktywność użytkowników Internetu z całego świata. Nie wnikając w ich szczegółową charakterystykę, należy tu wymienić m.in.: środowiska funkcjonujące na bazie przeglądarki internetowej Google, internetowej encyklopedii Wikipedii, serwisów wymiany plików muzycznych i filmowych, np. iTunes czy Kaaza, serwisu filmowego YouTube, umożliwiającego umieszczanie filmów w sieci i itp.

Internet charakteryzuje się niezwykle szybkim rozwojem. Ciągłe powstają nowe możliwości, które wykorzystywane są przez użytkowników cyberprzestrzeni do różnych celów, często niezaplanowanych i nieprzewidzianych przez ich twórców. Stąd powyższa próba charakterystyki środowisk sieciowych jest z pewnością ograniczona i niepełna.

## Specyfika sieciowej komunikacji

Rzeczywistość wirtualna może zostać określona jako przestrzeń społeczna, ponieważ Internet umożliwia ludziom podjęcie najistotniejszego typu społecznej działalności, komunikowanie się. Charakteryzując specyfikę cyberkomunikacji, najczęściej dokonuje się jej porównania z tzw. starymi czy tradycyjnymi mediami, tzn. prasą, radiem, telewizją czy pocztą. Przekaz w mediach tradycyjnych określa się jako jednokierunkowy (od nadawcy do odbiorcy), hierarchiczny i periodyczny. Jest on opracowany zgodnie z pewnym schematem. Kolejność informacji, ich eksponowanie i ilustrowanie jest ustalone przez nadawcę. Zupełnie inaczej informacje docierają do użytkowników Sieci, którzy sami porządkują ich kolejność w sposób, który im odpowiada, wykorzystując do tego odpowiednie programy, dostarczające oczekiwanych treści niejako na życzenie.

<sup>14</sup> <http://www.ithink.pl/p2-dla-prasy.php> (11.08.2006).

Można stwierdzić, że w Internecie dzięki hipertekstualności<sup>15</sup> istnieje wielość sposobów periodyzacji informacji<sup>16</sup>. Eksploracja zasobów Internetu przychodzi na myśl korzystanie ze zbiorów ogromnej biblioteki, które można czytać w nieskończoność, i to nie w dominujący dotąd *gutenbergowski* sposób<sup>17</sup>. W nawiązaniu do sposobu komunikacji i przekazywania informacji w kulturach pierwotnych, w których odbiorca mógł natychmiastowo reagować na przekaz nadawcy, sposób komunikacji i zdobywania wiedzy przez internautów określa się *oralnością wtórną*<sup>18</sup>. Hipertekstowa struktura formowania, transmisji i percepcji przekazu może zachodzić prawie równocześnie, lecz uczestnicy wymiany treści bynajmniej nie muszą być członkami jednego *plemienia*, stojącymi na tyle blisko siebie, aby mogli nawzajem się słyszeć. Marshall McLuhan zwraca uwagę, że dzięki takim wynalazkom, jak pismo, papier i druk, miejsce słuchu i mowy, jako głównych zmysłów percepcji, zajął wzrok<sup>19</sup>. Sieć daje w tym względzie zupełnie nowe możliwości. Internauci komunikują się, co prawda (zazwyczaj) za pomocą pisma, lecz przekaz informacji jest w zasadniczy sposób odmienny od czytania książki czy gazety.

Zjawisko hipertekstu pociąga za sobą interaktywność przekazu oraz konwergencję mediów i przekazów tradycyjnych. *I n t e r a k t y w n o ść* – jest to możliwość prowadzenia dialogu pomiędzy nadawcą i odbiorcą przekazu oraz dyskusji pomiędzy odbiorcami nad zawartością tego przekazu. Dzięki tej możliwości odbiorcy mogą nie tylko wpływać na formę i treść przekazu, ale także sami mogą stać się jego twórcami i nadawcami. Użytkownicy Sieci komunikują się w sposób, który można opisać jednocześnie różnymi modelami komunikacji, zaznaczając ewentualnie, w którym środowisku dany model jest dominujący. Tak więc komunikacja w Sieci może zachodzić pomiędzy równoprawnymi użytkownikami (*k o n w e r s a c j a*), lub

<sup>15</sup> Hipertekst jest sposobem prezentowania informacji typowo multimedialnym, składa się z warstw połączonych systemem odsyłaczy – linków. Linki te pozwalają na szybkie eksplorowanie interesujących treści znajdujących się na stronach www i innych dokumentach sieciowych. Eksploracja ta jest w zasadzie nieograniczona, a szczególnie nie podlega tradycyjnym ograniczeniom czasu i przestrzeni. Hipertekst jest rodzajem sieci, w której określone informacje stanowią rodzaj węzłów (*nodes*). Węzły te mogą zawierać różne formy danych, np. teksty, ilustracje, animacje, filmy, programy komputerowe. Użytkownik może swobodnie poruszać się pomiędzy nimi zgodnie z ustalonym przez siebie porządkiem lub zgola przypadkowo. Z. Suszczyński, *Hipertekst a „Galaktyka Gutenberga”*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 528–529.

<sup>16</sup> P. Płaneta, *Chaos w globalnej sieci perswazji*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2002, nr 3–4, s. 48.

<sup>17</sup> Czyli odpowiedni dla umysłu człowieka (a w każdym razie dla mechanizmów kierujących myśleniem przyczynowo skutkowym) – synchroniczny i linearnie uporządkowany.

<sup>18</sup> W.J. Ong, *Oralność i piśmiennictwo. Słowo poddane technologii*, Lublin 2002.

<sup>19</sup> M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa 2004.

między jakimś centrum (np. ekspertem) a użytkownikiem (*konsultacja*), czy też centrum może emitować treści przeznaczone dla wielu odbiorców (*alokacja*), w końcu może być i tak, że centrum zbiera informacje o swych odbiorcach i ich opiniach (*rejestracja*).

Społeczny charakter cyberprzestani nadaje przede wszystkim możliwość podjęcia dzięki Internetowi konwersacji. W Sieci istnieją wszystkie możliwe formy dialogu, tj.: osobisty, w którym wyeksponowana jest relacja pomiędzy jego uczestnikami, sytuacyjny – ogniskujący się na kontekście, w którym dialog przebiega, i w końcu konwersacja nastawiona na siebie samą jako wartość<sup>20</sup>. Modele komunikacji i formy dialogu, występujące w starych mediach łączą się dzięki możliwościom, jakie daje Sieć, i nabierają nowych właściwości. Dialog w sieci, jak już powiedziano, niekoniecznie musi być synchroniczny. Te różnorodne, odmienne jakościowo od tradycyjnych formy komunikacji i zdobywania wiedzy oraz informacji w Sieci, są zawsze bardziej interaktywne niż w starych mediach. Nawet korzystanie z wortalu informacyjnego daje możliwości szybkiej reakcji i dialogu.

Innym określeniem charakteryzującym komunikowanie w Sieci jest *konwergencja*, czyli upodobnienie się urządzeń oraz form przekazu, które zaczynają pełnić podobne funkcje, choć pierwotnie nie były ze sobą technicznie powiązane. Tak rozumiana konwergencja stanowi rezultat rewolucji cyfrowej oraz przenikania się różnych sektorów rynku telekomunikacyjnego, a więc mediów tradycyjnych i sieciowych<sup>21</sup>. Z punktu widzenia możliwości komunikacji interpersonalnej, interesującym efektem konwergencji jest połączenie możliwości telefonii komórkowej i Sieci. Z domowego komputera można dziś wysyłać SMS-y i prowadzić *rozmowy głosowe*, natomiast telefony komórkowe umożliwiają wysyłanie e-maili, przeglądanie stron www, korzystanie z komunikatorów i prowadzenie blogów. Komórka pozwala więc internautom pozostawać w zasięgu Sieci nawet wtedy, gdy znajdują się oni *z dala od komputera*<sup>22</sup>. Symbolem konwergencji jest tzw. *czarna skrzynka*, czyli jedno urządzenie, które spełnia funkcje wszystkich środków przekazu informacji i komunikacji. Wybitny teoretyk konwergencji Henry Jenkins rozwiewa jednak w swojej książce

<sup>20</sup> J. Grzenia, *Internet jako miejsce dialogu*, [w:] *Porozmawiajmy o rozmowie. Lingwistyczne aspekty dialogu*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2003, s. 87.

<sup>21</sup> Zjawisko to obrazują poniższe przykłady. Prasa drukowana, dzięki Sieci staje się dostępna także na ekranie komputera, lecz musi dostosować się do edycji elektronicznej i hipertekstualnej. Programy telewizyjne i radiowe mogą być także transmitowane przy użyciu Internetu, znacznie zwiększając swój zasięg i wzbogacając lokalną ofertę.

<sup>22</sup> Określenie to jest jednym ze standardowych *stanów opisowych* komunikatora Gadu-Gadu. Stany opisowe pozwalają internautom informować znajomych o aktualnej aktywności (dostępny, zaraz wracam, zajęty). Stan opisowy może być również dowolnym fragmentem tekstu (np.: Niech żyje wiosna! Szukam nowej płyty U2, Udanej niedzieli :\*).



*Kultura Konwergencji* tzw. *mit czarnej skrzynki*. Podkreśla bowiem, że wbrew przewidywaniom niektórych specjalistów<sup>23</sup>, media tradycyjne wciąż są użytkowane i z dużym prawdopodobieństwem będzie tak nadal. Jego zdaniem „[...] konwergencja odnosi się do procesu, a nie jego finału. Nie będzie pojedynczej czarnej skrzynki kontrolującej przepływ mediów w waszych domach. Dzięki zwiększeniu liczby kanałów telewizyjnych oraz mobilności nowych technologii komputerowych i telekomunikacyjnych wchodzimy w erę, w której media będą wszędzie”<sup>24</sup>. Natomiast treści, które są dzięki skonwergowanym mediom tworzone, przekazywane, przetwarzane i gromadzone – przenikają się, uzupełniają i nabierają w ten sposób nowych właściwości.

Wymienione zjawiska, składające się na specyfikę i różnorodność sieciowej komunikacji nadały Internetowi – jak twierdzi Paweł Płaneta – znamiona *masowego komunikatora interpersonalnego*. Jest on bowiem źródłem *komunikacji masowej dla każdego*<sup>25</sup>. Nigdy wcześniej tak wielu ludzi jednocześnie nie mogło wchodzić w interakcje, nie zważając na ograniczenia czasowo-przestrzenne, wybierając partnera czy partnerów aktu komunikacyjnego stosownie do swych potrzeb i upodobań. Korzystając z możliwości Sieci ludzie, wykraczając poza środowisko lokalne, mogą poszukiwać osób podobnych do siebie pod względem zainteresowań, wieku, płci, preferencji seksualnych czy rodzaju uzależnienia. Mogą wśród członków sieciowej społeczności próbować znaleźć przyjaciół, partnerów, specjalistów różnych dziedzin, powierników czy też obiekty ataków i szyderstw. W ramach sieciowych interakcji nadawca i odbiorca mogą wymieniać informacje, porady, wsparcie, emocje, oprogramowanie, usługi, towary, oferty itd. Nie bez znaczenia jest fakt, że dzięki coraz większej popularności tego masowego komunikatora ludzie mogą podtrzymywać także te więzi, które miały swój początek poza Siecią, a które są dla nich ważne i satysfakcjonujące. Jakość relacji dzięki Sieci zyskuje przewagę nad ich dostępnością. Internauta może w doborze partnerów interakcji kierować się satysfakcją z niej czerpaną, a nie faktem przestrzennej bliskości partnera. Szczególnie istotne znaczenie ma to, że Internet działa 24 godziny na dobę, nie wymaga od swych eksploratorów opuszczania mieszkania, a jednocześnie daje możliwość symbolicznego spotkania się z osobami zamieszkującymi najodleglejsze regiony świata.

Internet zwiększa więc możliwości komunikacyjne człowieka. Komunikacja ta ma jednak określoną formę. Zazwyczaj jest to, jak już powiedziano, pośrednia komunikacja tekstowa. Nadawcy formułują swoje myśli w taki sposób, aby dały się one przedstawić na ekranie komputera. W nawiązaniu do koncepcji wtórnej oralno-

<sup>23</sup> W. Gogolek, *Fakty i bajty*, „Poliyka” 2008, nr 11, s. 84.

<sup>24</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007, s. 21.

<sup>25</sup> P. Płaneta, *op. cit.*, s. 51.

ści, zwraca się uwagę, że język Sieci ma cechy wizualizacji. Pomysłowość jej użytkowników umożliwia im przekazywanie niektórych emocji, uczuć, nastrojów<sup>26</sup>. Służą temu przede wszystkim: rodzaj czcionki<sup>27</sup>, emotikony, czyli symbole utworzone ze znaków dostępnych na klawiaturze lub specjalnie stworzone obrazki wyrażające emocje<sup>28</sup>, i nicki, a więc pseudonimy używane w celu zalogowania się do Sieci<sup>29</sup>. Internauci dostosowują do swoich potrzeb język, którym się posługują, stosując różnego rodzaju skróty<sup>30</sup> i nieformalne zwroty, jak również nie przestrzegając zasad gramatyki i ortografii.

Pomimo pomysłowości internautów i bogactwa środków sieciowej komunikacji, jest ona zdecydowanie ograniczona w stosunku do tej zachodzącej *face to face*. Nawet możliwość stosowania emotikonów nie zmienia faktu, że pozawerbalna warstwa w komunikacji między internautami jest prawie w całości wykluczona. Jan Grzenia wskazuje jeszcze inny fakt, świadczący o specyfice sieciowego aktu komunikacyjnego, mianowicie komunikat w Sieci zazwyczaj nie posiada kontekstu, bliższego tła, przedmiotów i osób. Podczas gdy to właśnie kontekst określa sposób komunikacji, implikuje pewien styl, odwołuje się do określonych norm czy etykiety<sup>31</sup>. Spostrzeżenie Grzenia można uzupełnić, stwierdzając, że interakcje sieciowe niejednokrotnie

<sup>26</sup> Internetowe różę przesłane uczestniczkom jednej z samopomocowych grup sieciowych z okazji Dnia Kobiet:

@---->----- @---->----- @---->-----  
@---->----- @---->----- @---->-----

<sup>27</sup> Np. użycie klawisza Caps Lock oznacza krzyk, czcionki pochyłej – poufale styl wypowiedzi, itp.

<sup>28</sup> Niektóre emotikony służące do przekazywania stanów emocjonalnych w komunikatorze Tlen.pl:



Przykład ich użycia:

Basia: Zimno... smutno... źle	Basia: dziękuje...
Marcin: To... chodź tu...	Basia: to...
Basia: 	dobranoc
Marcin: Szybciej!!!	
Basia: 	

<sup>29</sup> Niektóre pseudonimy mają pełnić rolę budowania pierwszego wrażenia, np.: małablondi, lisiczka25, miłapani:), italiano, powerman, inteligo, itp.

<sup>30</sup> np.: CMI: *call me*, CU: *see you*, W8: *wait*, GR8: *great*.

<sup>31</sup> J. Grzenia, *op. cit.*

posiadają pewien kontekst wirtualny. W zależności od rodzaju sieciowego środowiska, internauci zobowiązani są do przestrzegania pewnych zasad posługiwania się odpowiednim językiem, a w grupach długotrwałych o stosunkowo stałym składzie powstają nawet pewnego rodzaju stosunki społeczne.

## Dzieci w sieci

Wirtualny świat scharakteryzowany pokrótce powyżej użytkowany jest przez cyberspołeczność o bardzo specyficznej strukturze wiekowej – jest ona zdominowana przez dzieci i młodzież. Poniżej, na podstawie raportu *Dzieci aktywne w sieci* opracowanego przez firmę badawczą Gemius SA, podjęto próbę analizy użytkowania Internetu przez dzieci w wieku 7–14 lat<sup>32</sup>. Jest to grupa wiekowa szczególnie interesująca, ponieważ dzieci współczesne od początku żyją w świecie skonwertowanych mediów. Często ich pokolenie określa się jako „pokolenie, które urodziło się z myszką w ręku i ekranem komputera służącym jako okno na świat”<sup>33</sup>. Tak więc wpływ socjalizacyjny użytkowania Internetu i innych nowych technologii będzie z pewnością dla nich niezwykle silny i swoisty, w porównaniu do grup wiekowych, w których Internet pojawił się dopiero na pewnym etapie ich psychospołecznego rozwoju. Przedstawione w raporcie dane uzyskano, monitorując oglądanie witryn i aplikacji internetowych przez badanych, użytkowników własny komputer. Wynika z niego, że prawie połowa internautów (44,8%) to dzieci i młodzież. Grupa internautów od 7 do 14 lat stanowi jedynie 11,04% cyberspołeczności, ale są to użytkownicy wyjątkowi. Wykorzystywanie Internetu przez dzieci jedynie w niewielkim stopniu związane jest bowiem z wykonywaniem jakichkolwiek obowiązków, podczas gdy w starszych grupach wiekowych (od 16 roku wżwyż) dominującym celem korzystania z Internetu jest praca<sup>34</sup>. Jednocześnie wydłuża się czas spędzany przez dzieci *on-line* – w minionym roku o dziesięć godzin miesięcznie. Chłopcy stanowią 53% młodych internautów, ale dziewczynki są aktywniejsze w sieci, spędzając w niej o 10 godzin więcej miesięcznie niż chłopcy (zob. wykres 1).

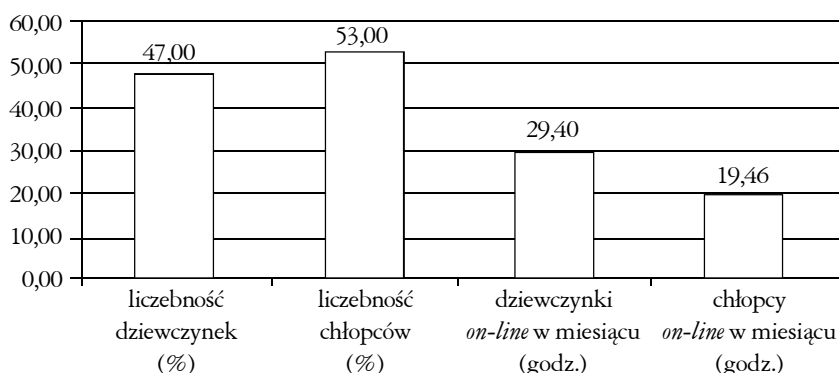
---

<sup>32</sup> A. Szlamas, *Dzieci aktywne on-line*, [http://pliki.gemius.pl/Raporty/2007/Gemius\\_SA\\_Dzieci\\_aktywne\\_online.pdf](http://pliki.gemius.pl/Raporty/2007/Gemius_SA_Dzieci_aktywne_online.pdf) (23.03.2008).

<sup>33</sup> M. Linsdström, *Dziecko reklamy. Dlaczego nasze dzieci lubią to co lubią*, Warszawa 2005, s. 46.

<sup>34</sup> D. Batorski, *Uwarunkowania i konsekwencje korzystania z technologii informacyjno-komunikacyjnych*, [w:] *Diagnoza społeczna Polska 2007. Warunki i jakość życia Polaków*, pod red. J. Czapieńskiego i T. Panka, Warszawa 2007.

Wykres 1. Proporcje płci wśród internautów w wieku 7–14 lat oraz czas spędzany przez nich *on-line* (czerwiec 2007)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Szlamas, *op. cit.*

Należy dodać, że niemal co drugi internauta w wieku od 7 do 14 lat to tzw. *heavy user* – czyli osoba korzystająca z Internetu codziennie lub prawie codziennie. Ta rosnąca popularność Internetu wśród dzieci rodzi pytanie o rodzaj ich aktywności w cyberprzestrzeni. Próbą odpowiedzi na nie jest analiza treści poszukiwanych przez najmłodszych internautów w zasobach Internetu. W tabeli 1 przedstawiono kategorie tematyczne najbardziej popularne wśród dzieci oraz porównano je z wynikami tego samego badania dla ogółu internautów.

Tabela 1. Popularność kategorii tematycznych sieciowych zasobów wśród internautów

Ogół badanych	Dzieci w wieku 7–14 lat
Kultura i rozrywka	Kultura i rozrywka
Informacje, publicystyka, media	Nowe technologie
Nowe technologie	Społeczności
Styl życia	Informacje, publicystyka, media
Społeczności	Styl życia
Edukacja	Edukacja
Biznes, finanse, prawo	Sport
Turystyka	Biznes, finanse, prawo
Motoryzacja	Turystyka
Sport	Motoryzacja
Praca	Praca
Budownictwo i nieruchomości	Budownictwo i nieruchomości

Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Szlamas, *op. cit.*

Biorąc pod uwagę płeć najmłodszych internautów, wśród dziewczynek najbardziej popularna jest kategoria tematyczna *Edukacja*, wśród chłopców dominuje zainteresowanie społecznościami, edukacja w ich rankingu znajduje się dopiero na czwartej pozycji.

Zarówno chłopcy, jak i dziewczynki chętnie poświęcają swoją aktywność w cyberprzestrzeni na granie w gry (70% z nich gra *on-line*). Witryna [www.gry.pl](http://www.gry.pl) jest najczęściej odwiedzanym przez dzieci środowiskiem. Dziewczynki grają w gry internetowe średnio 4,50 godziny miesięcznie, a chłopcy 4,34 godziny. Ta forma użytkowania Internetu jest najpopularniejsza dla omawianej grupy wiekowej.

Równie dużą popularnością co gry, cieszą się wśród dzieci serwisy społecznościowe (70% młodych internautów uczestniczy w życiu sieciowych społeczności). Dziewczynki poświęcają im ponad siedem godzin miesięcznie, a chłopcy nieco ponad dwie godziny. Wśród użytkowników serwisów społecznościowych dzieci są drugą co do wielkości kategorią wiekową po młodzieży (15–24 lata).

Kolejnym środowiskiem sieci bardzo popularnym wśród najmłodszych internautów jest blogosfera. Co drugi internauta w wieku 7–14 lat czyta, pisze i komentuje blogi. Chłopcom czynność ta zajmuje około pół godziny w miesiącu, natomiast dziewczynki blogują ponad cztery godziny miesięcznie.

Co szczególnie niepokojące, dzieci mają w Internecie kontakt z treściami, które nie są dla nich przeznaczone, między innymi z treściami o charakterze erotycznym. Witryny o takiej tematyce odwiedza 43% chłopców i 37% dziewczynek. Choć średni czas na użytkownika, spędzany na witrynach erotycznych, w grupie wiekowej 7–14 lat jest najmniejszy w porównaniu z innymi grupami wiekowymi, to wynosi on około jednej godziny w miesiącu (podobnie dla obydwu płci). Należy dodać, że treści, które są nie tylko nieodpowiednie dla dzieci, ale także mogą stanowić zagrożenie dla ich rozwoju, psychiki i bezpieczeństwa, znajdują się również w tych środowiskach, które szczególnie przyciągają dzieci jak gry, blogi i serwisy społecznościowe<sup>35</sup>.

Tak więc co dziesiąty Internauta to dziecko w wieku 7–14 lat. Dzieci korzystają z Internetu coraz dłużej i coraz intensywniej. Główny cel odwiedzania cyberprzestrzeni nie jest dla nich związany z wykonywaniem obowiązków. Dzieci poszukują w sieci głównie rozrywki, ale także aktywnie uczestniczą we współtworzeniu zasobów Internetu. Są one również narażone w cyberprzestrzeni na kontakt z treściami nieodpowiednimi dla tej grupy wiekowej.

---

<sup>35</sup> Zob. *Raport rzecznika praw dziecka. Internetowe portale społecznościowe a bezpieczeństwo dzieci*, 2007, <http://www.brpd.gov.pl/uploadfiles/publikacje/Raport.doc> (25.03.2008).

## Podsumowanie

Świat wirtualny jest przestrzenią społeczną, na którą składa się wiele różnorodnych, wzajemnie uzupełniających i przenikających się środowisk. Jako przestrzeń społeczna właśnie – umożliwiającą kontakt z drugim człowiekiem, wzajemne oddziaływanie na siebie, podejmowanie wspólnych działań – cyberprzestrzeń jest bardzo chętnie użytkowana przez dzieci. Młodzi internauci aktywnie blogują i uczestniczą w wirtualnych społecznościach, co zajmuje im (zwłaszcza dziewczynkom) nawet więcej czasu niż granie w internetowe gry. W konsekwencji kształtuje się pokolenie o specyficznych cechach i umiejętnościach. Cytowany już Martin Lindstrom<sup>36</sup> charakteryzując pokolenie, które przyszło na świat w świecie skonwergowanych mediów, stwierdza, że jest to pokolenie skondensowanej informacji, czyli dzieci, które „dorosły szybciej<sup>37</sup>, są bardziej kontaktowe, bardziej bezpośrednie i mają o wiele więcej informacji [...] niż którekolwiek inne pokolenie nastolatków przed nimi”. Dzieci te, obcując z mediami, kształtują swoje pojęcie czasu i przestrzeni. Określa się je jako dzieci 24/7, dla których wszystko ma się dziać natychmiast i które nie tolerują odroczenia gratyfikacji. Nie tolerują one również przekazu jednostronnego, wymagają interaktywności, sprzężenia zwrotnego, uczestnictwa w decyzjach, współtworzenia treści, wpływania na ich zawartość – zarówno w sieci, jak i poza nią. Jednocześnie adaptując się do życia w świecie skonwergowanych mediów, który jest jedynym światem, jaki dzieci te znają, nabyły one umiejętność radzenia sobie z przeciążeniem informacyjnym. Będąc codziennie wystawianymi na tysiące przekazów, dzieci selekcionują je w niespotykany dotąd sposób – z jednej strony gromadzą wiele informacji, jednocześnie bardzo sceptycznie do nich podchodzą.

Badania, na które powołuje się Lindstrom, zostały przeprowadzone w celach marketingowych, aby scharakteryzować młodszych adolescentów jako grupę docelową przekazów reklamowych. Specjaliści świata biznesu chcą poznać preferencje dzieci, ich pragnienia, styl życia, sposób pojmowania świata, który w dużej mierze, jak próbowałam pokazać, jest kształtowany przez użycie nowoczesnych technologii komunikacyjno-informacyjnych. Poznanie to ma służyć lepszemu dotarciu do dziecka, zbudowaniu przekazu, który zostanie zaakceptowany, który wzbudzi zainteresowanie i który zostanie zapamiętany przez młodego odbiorcę. Sądzę, że to samo, niezwykle trudne wyzwanie stoi w chwili obecnej przed opiekunami i wychowawcami młodego pokolenia, urodzonego z myszką w ręku.

<sup>36</sup> M. Lindstrom, *op. cit.*, s. 21–49.

<sup>37</sup> Współczesne dzieci określa się mianem KGOY: *Kids Grow Up Ypung* – dzieci dorodniejące w młodym wieku.